



ACHTUNG: SPERRFRIST BEACHTEN: 11 UHR AM 14.11.23

ARD/ZDF-Onlinestudie 2023:

Normalisierung der Internetnutzung nach den Corona-Jahren

Noch nie haben so viele Menschen das Internet unterwegs genutzt wie 2023. Die Online-Mediennutzung geht dagegen aktuell spürbar zurück, bleibt aber auf hohem Niveau von beispielsweise mehr als vier Stunden täglich bei jungen Menschen. Die Mediatheken von ARD und ZDF erreichen deutlich mehr als die Hälfte der Bevölkerung. Netflix und Amazon Prime führen die Liste der Streamingangebote an. Gut jede oder jeder Dritte nutzt an einem normalen Tag Social Media; dabei ist Instagram die meistgenutzte Plattform in Deutschland. Diese und weitere Ergebnisse veröffentlicht die neue ARD/ZDF-Onlinestudie.

80 Prozent der Menschen in Deutschland ab 14 Jahren nutzen täglich das Internet. Bis zum 30. Lebensjahr sind so gut wie alle täglich online, um zum Beispiel Videos, Mediatheken, Nachrichten, Musikstreaming, Podcasts, Social Media oder Chats zu nutzen. Lediglich bei den über 70-Jährigen hält sich mit 54 Prozent eine Mehrheit, die das Internet und Online-Dienste nicht täglich nutzt. Überhaupt nicht wird das Internet in dieser Altersgruppe von 22 Prozent genutzt.

Der Wert für die Internetnutzung unterwegs erreicht 2023 einen neuen Höchstwert: 71 Prozent der befragten Personen geben an, mindestens einmal wöchentlich unterwegs online zu sein (+ 3 Prozentpunkte). Dieser Zuwachs lässt sich vor allem über eine Steigerung bei den 50- bis 69-Jährigen (+ 5 Prozentpunkte) erklären.

Die Mediennutzung im Internet geht leicht zurück

Nachdem 2022 die Nutzung von Medien-Inhalten oder Streams im Internet auf einem vorläufigen Höchstwert stand, belegt die ARD/ZDF-Onlinestudie in diesem Jahr einen Rückgang der medialen Internetnutzung auf 139 Minuten pro Tag (- 21 Minuten). In allen Altersgruppen sind hier Rückgänge zu verzeichnen. Noch im vergangenen Jahr gab es zur Zeit der Datenerhebung Corona-Einschränkungen. Der Rückgang ist auch mit diesem Wegfall zu erklären, es wird wieder mehr Zeit mit

nichtmedialen und außerhäusigen Tätigkeiten verbracht. Jüngere verbringen durchschnittlich mehr als vier Stunden pro Tag mit medialen Internetinhalten, ab 70-Jährige nur eine gute halbe Stunde.

Nicht nur die Nutzungsintensität ist in diesem Jahr rückläufig, sondern auch die Zahl der Menschen, die überhaupt Medien über das Internet nutzen. Über alle Altersgruppen hinweg bleiben die Werte allerdings über dem Niveau des Corona-Jahres 2021. Die Tagesreichweite für die mediale Internetnutzung sinkt leicht auf 65 Prozent (- 7 Prozentpunkte). Dabei ist dieser Rückgang vor allem über rückläufige Reichweiten bei der Nutzung von Texten im Internet zu erklären (36 Prozent, - 8 Prozentpunkte). Videos im Internet werden weiterhin von exakt jeder zweiten Person geschaut (- 1 Prozentpunkt). Bei den 14- bis 29-Jährigen sehen sich 82 Prozent an einem normalen Tag Videos im Internet an, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 65 Prozent. Die Tagesreichweite von Audio online ist ebenfalls leicht rückläufig (37 Prozent, - 5 Prozentpunkte). Hier ist nach wie vor Musikstreaming die weitverbreitetste Anwendung (41 Prozent nutzen dieses Angebot täglich oder wöchentlich), gefolgt vom Radiohören über das Internet (25 Prozent) sowie dem Hören von Podcasts oder Radiobeiträgen auf Abruf (29 Prozent).

Die Mediatheken von ARD und ZDF können ihre Nutzerschaft weiter ausbauen: Mit 54 Prozent (ARD) beziehungsweise 55 Prozent (ZDF) erreichen sie deutlich mehr als die Hälfte der Bevölkerung zumindest selten. Mindestens einmal pro Woche sehen jeweils 22 Prozent (ARD) beziehungsweise 21 Prozent (ZDF) Sendungen und Filme in den beiden öffentlich-rechtlichen Mediatheken.

Bei den Videostreaming-Diensten führen Netflix und Prime Video den Markt weiterhin deutlich an: 36 Prozent der Menschen nutzen das Angebot von Netflix mindestens einmal in der Woche. Amazon Prime Video liegt bei 26 Prozent und positioniert sich vor Disney+ (13 Prozent) und den digitalen Angeboten von Sky (11 Prozent).

ZDF-Planungschef Dr. Florian Kumb zu den Ergebnissen der ARD/ZDF-Onlinestudie: „Die in der Corona-Zeit gestiegene Internetnutzung hat sich normalisiert. Dadurch wird der Wettbewerb der digitalen Medienanbieter härter. Gleichzeitig erreichen die Mediatheken von ARD und ZDF inzwischen mehr als die Hälfte der Bevölkerung in Deutschland – Tendenz steigend. Unserem Unternehmensziel ‚Ein ZDF für alle‘, sind wir dadurch nähergekommen.“

Benjamin Fischer, Leiter von ARD Online und des ARD Digitalboards: „Unser Ziel ist es, allen Menschen nahtlos und komfortabel Zugang zu allen öffentlich-rechtlichen Inhalten zu ermöglichen. Das haben wir jetzt erreicht. Aus der ARD Mediathek ist gemeinsam mit der ZDF Mediathek ein nutzerorientiertes Streaming-Netzwerk entstanden. Für unsere Nutzerinnen und Nutzer verbinden wir die besten digitalen Angebote und deren Premium-Inhalte mit der Vielfalt der Regionen. So sind wir perspektivisch über alle Altersgruppen hinweg erfolgreich und schaffen mit öffentlich-rechtlichen Partnern das relevanteste Angebot für die Menschen in Deutschland.“

Social Media und Messenger: Instagram ist 2023 Spitzenreiter

52 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzen in einer normalen Woche Social Media. In der jüngsten Altersgruppe greifen neun von zehn Personen mindestens einmal in der Woche auf Social-Media-Angebote zurück, ab 70 Jahren sind es mittlerweile 14 Prozent. An einem normalen Tag sind es 35 Prozent der Bevölkerung, die Social Media nutzen (68 Prozent bei unter 30-Jährigen). Bezogen auf die Gesamtbevölkerung wird eine Nutzungsdauer von 31 Minuten ermittelt (69 Minuten bei unter 30-Jährigen).

Bei der mindestens wöchentlichen Nutzung haben in diesem Jahr die beiden Spitzenreiter die Plätze getauscht: Instagram führt das Ranking der Social Media-Nutzung mit 35 Prozent vor Facebook mit 33 Prozent an. Mit Abstand folgen TikTok (15 Prozent) und Snapchat (13 Prozent).

Bei unter 30-Jährigen liegt Instagram mit 79 Prozent deutlich vor Snapchat (52 Prozent), TikTok (41 Prozent) und Facebook (34 Prozent). In der mittleren Altersgruppe (30-49 Jahre) behält Facebook noch seine führende Position vor Instagram, TikTok, Pinterest, Twitter und LinkedIn.

Online-Suchfunktionen und Navigation mit hoher Beliebtheit

Vier von fünf Personen in Deutschland greifen mindestens einmal in der Woche auf Internet-Suchmaschinen zurück. Bei den unter 50-Jährigen werden sie von fast allen genutzt. In dieser Altersgruppe ist die Nutzung von Online-Landkarten wie etwa Google Maps ebenfalls weit verbreitet – 65 Prozent nutzen sie. Bezogen auf die Gesamtbevölkerung sind es 46 Prozent. Drei von vier Personen schreiben und lesen mindestens einmal pro Woche private E-Mails, besonders die Altersgruppe 30 bis 49 Jahre, aber auch fast im selben Maß die Altersgruppe 14 bis 29 Jahre. Jeweils circa ein Drittel liest Newsletter und nutzt Online-Nachschlagewerke wie zum Beispiel Wikipedia.

ChatGPT im Frühjahr 2023 erstaunlich verbreitet

Die ARD/ZDF-Onlinestudie hat zusätzlich zu den Basisdaten auch erste Bekanntheits- und Nutzungswerte für ChatGPT ermittelt. Zu der Erhebungszeit im Frühjahr 2023 war die KI-Anwendung seit ungefähr einem halben Jahr frei zugänglich. Mehr als die Hälfte hat schon einmal von Chatbots wie ChatGPT gehört, genau 57 Prozent. 15 Prozent der Gesamtbevölkerung haben sie schon genutzt, vornehmlich unter 30-Jährige (33 Prozent).

Methode

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2023 wurde im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt. Die Ergebnisse beruhen auf dem fusionierten Datensatz mit den Kerndaten der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation Trends 2023. Im Jahr 2023 wurden 1.501 repräsentativ ausgewählte deutschsprachige Personen ab 14 Jahren zwischen dem 6. März und dem 9. April befragt: 70 Prozent davon per Telefon auf Basis einer repräsentativen Dual-Frame-Stichprobe (Festnetz und Mobilfunk), weitere 30 Prozent über ein repräsentatives Onlinepanel.

Die Feldarbeit wurde von GIM Wiesbaden durchgeführt, die Datenfusion von ANKORDATA geleistet.

Die detaillierte Beschreibung der Methode und vertiefende Analysen werden auf der Online-Plattform „Media Perspektiven“ (www.media-perspektiven.de) und auf www.ard-zdf-onlinestudie.de veröffentlicht.

Ansprechpartner:

ZDF: Presse-Desk, Telefon: 06131 – 70-12108, pressedesk@zdf.de

Hessischer Rundfunk: Desk Kommunikation, Telefon: 069 – 155-3500,
kommunikation@hr.de